

MVŠO

MORAVSKÁ VYSOKÁ ŠKOLA OLMOUC 

Strategická analýza

XSAN

Autor: Ing. Jaroslav Škrabal

10. 11. 2022
Olomouc

SWOT analýza

- **Výhody:**

- ***snadná** – nepotřebujete speciální trénink, abyste ji zvládl vyplnit. Potřebujete jen znalosti o své firmě a jejím okolí.*
- ***levná** – obvykle do tvorby analýzy nedáte žádné externí výdaje, pokud tedy nevyužíváte výzkumných agentur.*
- ***flexibilní** – lze vytvořit pro jeden produkt, obchodní jednotku a nebo celou korporaci*
- ***aktualizovatelná** – jednoduše ji upravíte, třeba na každoročních marketingových výjezdech*

SWOT analýza

- **Nevýhody:**
 - ***brainstorming*** – často se SWOTka napíše do pár odrážek (faktorů) od stolu;
 - ***chybějící metodika*** – všichni SWOTku chápou ≠ umí;
 - ***málo návodné*** – získá se málo relevantních faktorů;
 - ***chybějící hodnotící metody určující důležitost faktorů mezi sebou*** – vše vypadá stejně důležitě.

SWOT analýza

- Běžnou “chybou” je vnímání příležitostí a hrozeb jako interní pohled do firmy.
- Spíše byste se měli zaměřit na vnější prostředí a jaké příležitosti a hrozby se v něm pro vaši firmu nachází.

SWOT analýza

<p>Silné</p>	<p>Slabé</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Relativně zvládnutá technologie • Pokročilé funkce (Jazyky, Bonusák, Měny) • Odbornost týmu • Schopnost poradit 	<ul style="list-style-type: none"> • Reference a ukázkové projekty • Představení nástroje, jeho funkcí a prodej obecně • Povědomost a značka (kdo za tím stojí) • Malý tým a vytiženost (aneb bojíme se, aby nám neujel vlak) • Prodej know-how a navazujících služeb
<p>Příležitosti</p>	<p>Hrozby</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Budování důvěryhodnosti - stabilita řešení • Snadná migrace z jiných řešení • Naslouchání a práce se zákazníky (support) 	<ul style="list-style-type: none"> • Vstup dalšího hráče na trh • Odchod zákazníků • Open Source projekt Shopsysu

SWOT analýza

- **SWOT má 4 kvadranty:**
 - *Interní firemní faktory / faktory vnitřního prostředí/ internal factors)*
 - *Silné stránky firmy (strengths)*
 - *Slabé stránky firmy (weaknesses)*
 - *Externí faktory mimo firmu / faktory vnějšího prostředí/ (external factors)*
 - *Příležitosti na trhu (opportunities)*
 - *Vnější hrozby (threats)*

SWOT analýza

- *Cílem je podívat se na firmu a její okolí a zanalyzovat kudy by firma mohla dále jít, aby vydělávala a předběhla konkurenci.*

SWOT analýza

Typická SWOTka

silné stránky firmy (Strengths)

- Jednička na trhu, Silná značka
- Výhradní zástupce výrobce na místním trhu
- Výjimečný zákaznický servis
- Skvělé finanční zázemí, cash-flow, financování
- Úspory z rozsahu
- Patenty na výrobky, postupy, technologie
- Vyzrálější marketing, vyšší marketingové rozpočty
- Angažování zaměstnanci

slabé stránky firmy (Weaknesses)

- Špatné řízení firmy, neznámá vize firmy, neznámá obchodní strategie firmy
- Málo financí
- Zastaralé produkty, technologie, vybavení firmy
- Interní problémy ve fungování firmy - provoz, výroba, logistika
- Nedostatečné marketingové znalosti, procesy
- Neznámá nebo poškozená značka
- Slabé vztahy s dodavateli, odběrateli
- Nedostatek zaměstnanců, nedostatečné know-how a procesy
- Neodborné manažerské řízení, nevhodná manažerská struktura

externí příležitosti v okolí firmy (Opportunities)

- Rychle rostoucí trh
- Nové technologie, objevy
- Slabá konkurence, bankrot konkurence či jiné oslabení konkurence
- Vhodná vládní nařízení
- Demografický vývoj vhodným směrem, změny chování zákazníků
- Snižující se zájem o substituční produkty
- Snazší vstup na zahraniční trhy

externí hrozby z venku (Threats)

- Vstup nové konkurence - ze západu nebo východu
- Vzestup náhradních, substitučních produktů
- Konečný životní cyklus produktu
- Měnící se potřeby a vkus zákazníků
- Nové technologie
- Demografie - stárnutí populace, stěhování do měst
- Vládní legislativa nevhodným směrem
- Špatná kondice dodavatelů či odběratelů
- Nepříznivé směnné kurzy měn

www.krutis.com

SWOT analýza

- ***Typické silné stránky firmy (Strengths)***
 - *Jednička na trhu, Silná značka;*
 - *Výhradní zástupce výrobce na místním trhu;*
 - *Výjimečný zákaznický servis;*
 - *Skvělé finanční zázemí, cash-flow, financování;*
 - *Úspory z rozsahu;*
 - *Patenty na výrobky, postupy, technologie;*
 - *Vyzrálější marketing, vyšší marketingové rozpočty;*
 - *Angažování zaměstnanci.*

SWOT analýza

- **Typické slabé stránky firmy (Weaknesses)**

- Špatné řízení firmy, neznámá vize firmy, neznámá obchodní strategie firmy;
- Málo financí;
- Zastaralé produkty, technologie, vybavení firmy;
- Interní problémy ve fungování firmy – provoz, výroba, logistika;
- Nedostatečné marketingové znalosti, procesy, rozpočty;
- Neznámá nebo poškozená značka;
- Slabé vztahy s dodavateli, odběrateli;
- Nedostatek zaměstnanců, nedostatečné know-how a procesy;
- Neodborné manažerské řízení, nevhodná manažerská struktura.

SWOT analýza

- ***Typické externí příležitosti v okolí firmy (Opportunities)***
 - *Rychle rostoucí trh;*
 - *Nové technologie, objevy;*
 - *Slabá konkurence, bankrot konkurence či jiné oslabení konkurence;*
 - *Vhodná vládní nařízení;*
 - *Demografický vývoj vhodným směrem, změny chování zákazníků;*
 - *Snižující se zájem o substituční produkty;*
 - *Snazší vstup na zahraniční trhy.*

SWOT analýza

- ***Typické externí hrozby z venku (Threats)***
 - *Vstup nové konkurence – ze západu nebo východu;*
 - *Vzestup náhradních, substitučních produktů;*
 - *Konečný životní cyklus produktu;*
 - *Mění se potřeby a vkus zákazníků;*
 - *Nové technologie;*
 - *Demografie – stárnutí populace, stěhování do měst;*
 - *Vládní legislativa nevhodným směrem;*
 - *Špatná kondice dodavatelů či odběratelů;*
 - *Nepříznivé směnné kurzy měn.*

SWOT analýza

- ***Práce s výsledky SWOT analýzy – plus mínus matice analýzy SWOT***
 - *Porovnává vzájemné vazby mezi SWOT*
 - *Silné oboustranně pozitivní vazbu: ++*
 - *Silnou oboustranně negativní vazbu: --*
 - *Slabší pozitivní vazbu: +*
 - *Slabší negativní vazbu: -*
 - *Žádný vzájemný vztah: 0*

SWOT analýza

- **Praktický příklad:**
 - *Definovat faktory;*
 - *Zhodnotit dané faktory;*
 - *Vyhodnotit dané faktory.*

		Silné stránky				Slabé stránky				Suma	Pořadí
		S1	S2	S3	S4	W1	W2	W3	W4		
Příležitosti	O1	++	++	++	+	-	-	--	--	1	3.
	O2	++	++	+	++	--	-	-	-	2	2.
	O3	++	++	++	++	-	0	--	-	4	1.
	O4	0	+	0	++	--	-	--	-	-3	4.
Ohrožení	T1	-	--	--	--	-	0	-	--	-11	2.
	T2	-	--	-	-	-	--	-	-	-10	3.
	T3	-	-	-	-	-	--	-	-	-9	4.
	T4	-	-	--	--	-	--	--	-	-12	1.
Suma		2	1	-1	-1	-10	-9	-12	-10		
Pořadí		1.	2.	3.	3.	2.	3.	1.	2.		

Zdroj: vlastní

SWOT analýza

- ***IFE matice:***

- *IFE matice (IFE Matrix) je analytická technika navazující na SWOT analýzu.*
- *Hodnotí se interní pozice organizace nebo jejího strategického záměru.*

SWOT analýza

- **IFE matice:**

- *Postup provedení hodnocení:*
- *Zpracovat tabulku interních faktorů (například klíčových 5S a 5W ze SWOT)*
- *Přiřadit každému faktoru váhy v rozsahu 0,00-1,00 podle důležitosti dané silné nebo slabé stránky - suma vah se musí rovnat 1,00*

SWOT analýza

- **IFE matice:**

- *Ohodnotit faktory takto:*
 - 4 body - výrazné S
 - 3 body - nevýrazné S
 - 2 body - nevýrazné W
 - 1 bod - výrazné W
- *Násobit váhu a hodnocení u každého faktoru - výsledkem je vážený poměr*
- *Sečíst vážené poměry jednotlivých faktorů - výsledkem je celkový vážený poměr*

SWOT analýza

• IFE matice:

- *Celkové hodnocení - výsledný vážený poměr hodnotí interní pozici organizace nebo strategického záměru.*
- *Nejlepší možné hodnocení je 4, nejhorší 1. Střední hodnoty se pohybují kolem 2,5.*

S/W	Popis	Váha	Body	Celkem
S1	Zlepšení kapitálového zdraví podniku	0.13	4	0.52
S2	Nový strategický systém marketingu	0.09	3	0.27
S3	Silná zkušenost v inovacích	0.11	3	0.33
S4	Vysoká produktivita práce v podniku	0.07	4	0.28
S5	Nový systém vzdělávání zaměstnanců	0.09	4	0.36
W1	Slabé kapitálové zásoby	0.13	2	0.26
W2	Zastaralý systém řízení výroby	0.09	1	0.09
W3	Problémy v logistice	0.12	2	0.24
W4	Nedostatečný systém strategického řízení	0.09	2	0.18
W5	Nedostatečný systém řízení kvality	0.08	1	0.08
				2.61

SWOT analýza

- **EFE matice:**

- *EFE matice (EFE Matrix) je analytická technika navazující na SWOT analýzu.*
- *Hodnotí se externí pozice organizace nebo jejího strategického záměru.*
- *Zkratka EFE se nepřekládá.*

SWOT analýza

- **EFE matice:**

- *Postup provedení hodnocení:*

- *Zpracovat tabulku externích faktorů (například klíčových 5S a 5W ze SWOT)*
- *Přiřadit každému faktoru váhy v rozsahu 0,00-1,00 podle důležitosti dané příležitosti nebo hrozby - suma vah se musí rovnat 1,00*
- *Ohodnotit faktory takto:*
 - 4 body - výrazné O
 - 3 body - nevýrazné O
 - 2 body - nevýrazné T
 - 1 bod - výrazné T

SWOT analýza

- **EFE matice:**

- *Postup provedení hodnocení:*
 - *Násobit váhu a hodnocení u každého faktoru - výsledkem je vážený poměr*
 - *Sečíst vážené poměry jednotlivých faktorů - výsledkem je celkový vážený poměr*
- *Celkové hodnocení - výsledný vážený poměr hodnotí externí pozici organizace nebo strategického záměru.*
- *Nejlepší možné hodnocení je 4, nejhorší 1.*
 - *Střední hodnoty se pohybují kolem 2,5.*

SWOT analýza

- EFE matice:**

- Celkový vážený průměr vyšel 2.44, což znamená, že záměr podniku je podložen středně silnou externí pozicí.*

O/T	Popis	Váha	Body	Celkem
O1	Zlepšení na trhu práce	0.15	3	0.45
O2	Průnik na nové trhy na severu	0.08	4	0.32
O3	Lepší úrokové sazby – možnost úvěru	0.12	4	0.48
O4	Nová technologie výroby	0.08	3	0.24
O5	Podpora exportu	0.09	3	0.27
T1	Přísnější ekologická legislativa	0.12	1	0.12
T2	Tlak konkurence z Číny	0.09	1	0.09
T3	Problémy se subdodavateli	0.11	2	0.22
T4	Zákazníci tlačí na nižší ceny	0.07	1	0.07
T5	Problémy s posílením kurzu Kč vůči euru	0.09	2	0.18
				2.44

Zdroje

- <https://www.krutis.com/swot-analyza-je-out/>

DĚKUJI ZA POZORNOST